



BAGAIMANA MASYARAKAT JATIM MEMAKNAI KOPI?

Modul Pengabdian Kepada Masyarakat



Agus Trihartono

**PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA KLUNGKUNG KECAMATAN SUKORAMBI
MELALUI PENANAMAN KOPI RAKYAT**

Bagaimana Masyarakat Jatim Memaknai Kopi?

Oleh:

Agus Trihartono
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember

Disampaikan dalam Pengabdian Masyarakat

Bidang program: Pendidikan dan Pelayanan pada Masyarakat
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA KLUNGKUNG KECAMATAN
SUKORAMBI MELALUI PENANAMAN KOPI RAKYAT.

Surat Tugas Nomor: 148/UN25.3.2/PM/2020

A. Pendahuluan

Indonesia adalah salah satu penghasil kopi terbesar kedua di Asia. Indonesia juga dikenal sebagai salah satu penghasil kopi kualitas terbaik dengan berbagai macam jenis yang tersebar di Nusantara. Kopi telah lama menjadi komoditas prestisius bumi Nusantara sejak zaman kolonialisme Belanda. Kebutuhan Kopi di sebagian wilayah Eropa sejak itu berasal dari perkebunan kolonial Belanda di Nusantara.

Karena kopi menjadi produk yang *omnipresent* di Indonesia, banyak inovasi dilakukan oleh industri kopi. Industri kopi baik kecil maupun besar selalu berupaya membuat kopi semakin menarik dengan mengikuti perkembangan zaman. Beberapa industri berusaha untuk tetap menggunakan cita rasa alami. Namun, tidak sedikit industri yang juga membuat kopi dengan rasa bermacam-macam agar semakin dekat dan *accessible* untuk kalangan muda-mudi. Kopi juga semakin menyentuh semua kalangan baik di desa maupun di kota. Pangsa pasar pun semakin terbuka luas, beberapa kopi produksi lokal juga telah memiliki pangsa pasar hingga ke manca negara. Sedangkan untuk industri besar juga membuat banyak kreasi untuk pemenuhan kebutuhan pangsa pasar lokal dan internasional.

Kopi dalam kehidupan keseharian masyarakat Indonesia sulit dipisahkan. Melekatnya kopi dalam kehidupan keseharian masyarakat tidak dapat dilepaskan dari penggunaan kopi yang juga menjadi gaya hidup masyarakat kita. Terdapat anggapan umum bahwa tidak lengkap rasanya bila orang Indonesia tidak menyukai kopi. Pun, bagi orang asing yang singgah ke Indonesia, menikmati kopi Nusantara adalah bagian dari salah satu sisi pengalaman indah dalam kunjungannya. Kopi memiliki makna beragam bagi masyarakat Indonesia. Bagi sebagian kalangan, kopi dimaknai sebagai “keharusan” yang ada dalam menjalani hari. Itu tergambar pada ungkapan “tidak lengkap bila pagiku tanpa kopi”.

SIMPULAN

Kopi adalah komoditas penting bagi Indonesia. Lebih-lebih bagi sektor industri perkebunan. Kebutuhan untuk konsumsi kopi baik di tingkat nasional dan internasional relatif terus meningkat. Industri dan petani kopi memiliki peluang yang besar untuk meningkatkan kualitas maupun kuantitas kopi dalam rangka memenuhi kebutuhan kopi baik lokal maupun internasional.

Memahami bagaimana masyarakat memiliki penilaian mengenai kopi tampaknya tidak kalah pentingnya untuk diketahui oleh para petani kopi. Para petani mungkin dapat menggunakan data survei sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam membangun pertanian kopi di Indonesia, termasuk di Jatim, serta untuk dapat memasok variasi kopi sesuai dengan perubahan persepsi pasar yang tersedia.

Kemajuan teknologi pangan juga merubah industri kopi lokal Indonesia. Setidaknya telah ada berbagai kopi kemasan (sachets) yang beredar di Indonesia. Ini adalah kejelian para pebisnis dan industri yang mengetahui celah atau ceruk penikmat kopi Indonesia.

Fenomena menjamurnya bisnis warung kopi atau café bahkan coffeeshop yang mulai mengemuka, memang masih belum sejalan dengan fakta bahwa masyarakat masih lebih nyaman menikmati kopi di rumah.

Meski demikian, tren peningkatan bisnis kopi di Indonesia tampaknya merupakan suatu keberhasilan edukasi dan sosialisasi untuk para penikmat kopi. Disebut keberhasilan edukasi, karena hampir di sebagian lokasi tempat penyedia minuman kopi hampir semuanya menyediakan kopi biji. Dengan fenomena ini, muncul kemudian para penikmat-penikmat biji kopi yang terus giat mengkampanyekan untuk meminum kopi yang berasal dari biji. Klaster ini didominasi oleh kelas menengah ke atas utamanya para anak muda millennial.

Terakhir, kopi dengan rasa pahit (otentik) tampaknya masih dan selalu menjadi primadona dari dahulu. Ini menggarisbawahi bahwa masyarakat menyukai kopi sesuai dengan rasa aslinya. Kemudian, bagi masyarakat Jatim rasa

kopi adalah masih yang paling menentukan dalam menilai kopi itu enak. Agaknya, itulah mengapa industri kopi sachet lebih mengedepankan rasa daripada keaslian kopi itu sendiri.

Referensi:

BANDURA, A. Moral disengagement: How people do harm and live with themselves. New York: Worth Publishers. 2016. 544p.

BLOOR, M.; WOOD, F. Keywords in qualitative methods: A vocabulary of research concepts. London: Sage Publications. 2006. 195p.

DELOITTE. Deloitte consumer insights embracing bricks and clicks in Indonesia Jakarta: Deloitte Southeast Asia Ltd. 2017. 35p.

CENTER FOR AGRICULTURAL DATA AND INFORMATION SYSTEMS. Outlook kopi [Coffee outlook]. Jakarta: Center for Agricultural Data and Information Systems Secretariat General, Ministry of Agriculture Indonesia, 2016. [in Bahasa Indonesia].

DEWANTI, I.D.A.R. et al. The effect of steeping Robusta coffee beans on monocytes: Expression of IL-1 β and TNF- α against Streptococcus mutans. Coffee Science, 14(4): 477– 483, 2019.

GUMULYA, D.; HELMI, I.S. Kajian budaya minum kopi Indonesia. [Study of Indonesian coffee drinking culture]. Jurnal Dimensi Seni Rupa dan Desain, 13(2):153–172, 2017. [in Bahasa Indonesia].

JPNN. Potensi bisnis kafe sentuh USD 4.16 miliar [Cafe business potential touches USD 4.16 billion]. 2016. Available at: <<https://www.jpnn.com/news/potensi-bisnis-kafe-sentuh-usd-416-miliar>>. Accessed on: 23 August 2017. [in Bahasa Indonesia].

RAHMA, A.; FARIDA, I.; MARIFATULLAH, A. Knowledge sharing over coffee: A history-based community in urban Jakarta. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, 302:109–113, 2019.